

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai penerapan Total Quality Management Usaha Mikro Kecil Menengah Di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020-2021 Studi Kasus: KSJ Official, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa penelitian ini memperoleh beberapa hasil yaitu sebagai berikut:

1. Fokus pada pelanggan yaitu bahwa KSJ selalu memperhatikan kepuasan konsumen, dimana setiap ada konsumen datang dan berkunjung, karyawan KSJ selalu menyediakan waktu untuk mendengarkan permasalahan konsumen terhadap penggunaan produk cat KSJ.
2. Obsesi terhadap Kualitas yaitu Pelaksanaan SOP di masing masing bidang tersebut bertujuan agar pelaksanaan usaha pada karyawan tidak tumpang tindih dan terstruktur, sehingga apabila para pegawai bekerja sesuai SOP, maka berpengaruh juga terhadap kualitas suatu produk yang dihasilkan KSJ.
3. Pendekatan Ilmiah yaitu Pelaksanaan musyawarah dilakukan dalam bentuk pemberian masukan, dimana tim yang berkaitan dengan masalah tersebut memberikan opsi. Selanjutnya dapat diadakannya rapat atau *meeting*, dalam *meeting* tersebut tim yang berkaitan

memaparkan kendala yang terjadi di lapangan kemudian mereka memberikan opsi terhadap manajer untuk diambil keputusan.

4. Komitmen Jangka Panjang yaitu peningkatan dilakukan secara terus menerus terhadap produk dan dilakukan upaya pemasaran serta pelayanan konsumen. Hal ini diwujudkan dalam tersosialisasinya visi misi perusahaan ke setiap karyawan, bahkan karyawan mengetahui jika ada perubahan visi misi perusahaan. Selain itu divisi karyawan maupun manajerial sudah memiliki rencana pengembangan budaya dan system kerjas sehingga KSJ sudah siap ketika dalam jangka waktu kedepan permintaan sudah banyak dan bahan maupun sumberdaya siap untuk memecahkan masalah konsumen.
5. Pendidikan, Pelatihan, dan Kerja sama Tim yaitu menambah wawasan, pelatihan tersebut juga memperkuat kerjasama tim. Selain itu juga karyawan disediakan untuk mengikuti *training* dari luar terhadap *insight* baru maupun dari segi teknis ataupun tentang kerjasama. dimana sudah dijelaskan pada karakteristik Kerjasama Tim. KSJ melakukan pelatihan dalam rangka melatih karyawan untuk dapat bekerjasama sehingga dapat meningkatkan kualitas perusahaan.
6. Perbaikan Sistem Secara Bekerjasama yaitu KSJ memiliki prosedur dimana ada beberapa metode yang dilakukan setiap divisi, yaitu bertukar informasi yang berguna satu sama lain yang diolah

menjadi data untuk pengembangan divisi. Selain itu KSJ rutin untuk melakukan evaluasi setiap divisi untuk menunjang kepuasan konsumen.

7. Kebebasan yang terkendali yaitu Pengendalian kebebasan tersebut berupa penyampaian pendapat kepada manajer, lalu manajer menginkubasi solusi sehingga dicapainya keputusan yang baru. Kesimpulannya, segala kebijakan, opsinya disediakan oleh karyawan itu sendiri.
8. Kesatuan Tujuan yaitu karyawan dapat tumbuh rasa memiliki terhadap perusahaan sehingga terjadi satu pemahaman, visi dan misi. Jadi, masing-masing tim dapat melakukan pekerjaannya bukan karena *jobdesc* tapi sudah menyadari kepentingan bersama KSJ Official.
9. Adanya Keterlibatan dan Penerapan *jobdesc* dilakukan dengan menerapkan pembagian sesi yang terdiri dari *jobdesk* mingguan, hingga *jobdesc* harian, hal ini dilakukan karena faktor karyawan yang mayoritas merupakan *fresh graduate*, dimana karyawan masih beradaptasi dengan dunia pekerjaan. Pemberdayaan Karyawan yaitu KSJ juga memberlakukan kontrak kerja sebelum karyawan setuju bekerja dengan KSJ, dengan harapan kontrak kerja yang disetujui kedua pihak itu merupakan persetujuan kedua belah pihak tanpa ada paksaan manapun.

5.2 Saran

Setelah menjawab rumusan masalah sebagai hasil penelitian pada bab pembahasan. Peneliti memberikan saran sebagai berikut: Hasil penelitian menunjukkan bahwa TQM sudah diterapkan dengan baik dan berdampak positif bagi perusahaan. KSJ Official sudah menjalankan dan memperhatikan unsur dalam TQM yang nantinya dapat berguna untuk pengembangan perusahaan.

5.3 Keterbatasan Masalah

1. Dengan adanya keterbatasan peneliti dalam menyortir data sekunder, peneliti harus menyelaraskan data sekunder yang berlaku pada saat data diambil dan memastikan keteraturan data sekunder untuk mendukung data primer yang mempengaruhi validitas penelitian.
2. Pandemi menjadi hambatan untuk peneliti mengambil data dari konsumen akhir dikarenakan pembelian dari produk KSJ Official rata-rata menggunakan media daring dalam melakukan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Dhanupoyo, N. R. (2019). Penerapan Total Quality Management Pada Room Attendant Housekeepingdepartement Di Hotel Grand Q Gorontalo. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Budaya*, 6(2), 91. <https://doi.org/10.32884/ideas.v6i2.185>
- Almanshur Fauzan , Ghony Djunaidi (2012). *Metodologi Penelitian kualitatif*, JogJakarta: Ar-Ruzz Media
- Anas, Sudijono. 1996. *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis data Kualitatif: Pemahaman Filosofi Dan Metodologis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cynthia Maharani, L. S. (2018). Analisis Pengaruh Penerapan Total Quality Management Dan Just in Time Pada Industri Manufaktur (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Di Bogor Dan Tangerang). *Jurnal Ekonomi*, 20(3), 371. <https://doi.org/10.24912/je.v20i3.401>
- Dasmasela, V. M., Morasa, J., & Rondonuwu, S. (2020). *INDONESIA ACCOUNTING Penerapan Total Quality Management terhadap produk cacat pada PT . Sinar Pure Foods*. 2(2), 97–102.
- Eljawati. (2021). *Peran umkm dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di kecamatan sidamulih kabupaten pangandaran*. 32–46.
- Faritsy, A. Z. Al, & Suseno. (2014). Penerapan Tqm (Total Quality Management) Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan Umkm. *Jurnal Studi Manajemen*, 8(2), 107–118.
- Febrianti, A., Tama, I. P., & Oktaviany, O. (2003). Analisis Pengaruh Budaya Kualitas Perusahaan Terhadap Keberhasilan Implementasi Total Quality Management Menggunakan Metode Structural Equation Modelling. ... *Dan Manajemen* ..., 251–260.

<http://jrmsi.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jrmsi/article/view/79>

Moleong, Lexy J. 2002. *Metodologi penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nawawi, Hadari. 2005. *Manajemen Strategik Organisation-Profit Bidang Pemerintahan dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>

Ibrahim Tatang. & Rusdiana, A. *Manajemen Mutu Terpadu*. Bandung: Yrama Widya

Indonesia. Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum BPK RI. 2008. UU No 20 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>

Lesmana, S. (2009). Penggunaan Metode Quick Scan Untuk Penerapan Tqm Pada Ukm : Suatu Kerangka Konseptual Riset. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 9(1), 43–55.

Masinambow, R. G., & Karuntu, M. M. (2019). ANALISIS PENERAPAN TOTAL QUALITY MANAGEMENT DI RUMAH SAKIT SILOAM GMIM SONDER ANALYSIS OF THE APPLICATION TOTAL QUALITY MANAGEMENT IN SILOAM GMIM SONDER HOSPITAL. *621 Jurnal EMBA*, 7(1), 621–630.

Nasution, M.Nur. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

N. Mononimbar, C. (Universitas S. R. M. (2013). Total Quality Management (Tqm) Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Pada Pt. Taspen Manado. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 1 No. 3(September), 1041–1048.

Pawito (2007) Pawito, 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.

Rahmana, A. (2009). Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SMATI 2009)*,

2009(Snati),

B11–B15.

<http://journal.uui.ac.id/index.php/Snati/article/viewFile/1033/989>

Rejeki, SE., Ak., M.Ak., H. D., & Julyanda, I. (2018). PENGARUH JENJANG PENDIDIKAN, UKURAN USAHA, LAMA USAHA DAN LATAR BELAKANG PENDIDIKAN ATAS PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (Studi Kasus pada UKM di PIK Pulogadung). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 5(1). <https://doi.org/10.35137/jabk.v5i1.179>

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.

Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.

Tjiptono, & Diana. (2014). *Total Quality Management (TQM)*. Yogyakarta: Andi

Wiersma, William. (1986). *Research methods in education: an introduction*.

Massachusetts: Allyn and Bacon, Inc

Yuliasih, N. K. (2014). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Pada Perusahaan

Garmen Wana Sari Tahun 2013. *Tahun*, 4(1), 1–12.

<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/4516>

Zulian Yamit. 2013. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia

LAMPIRAN I
DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Rumusan Masalah	Konsep	Definisi Konseptual	Dimensi	Komponen	Daftar Pertanyaan
Bagaimana penerapan <i>Total Quality Management</i> (TQM) pada UKM KSJ Official di masa pandemi Covid-19 tahun 2020-2021?	<i>Total Quality Management</i>	TQM adalah sistem manajemen yang berorientasi pada kepuasan pelanggan (customer satisfaction) dengan kegiatan yang diupayakan sekali benar (right first time), melalui perbaikan berkesinambungan (continuous improvement) dan memotivasi karyawan (Kit Sadgrove dalam Zulian Yamit, 2013).		Fokus pada pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja upaya-upaya yang dilakukan oleh KSJ Official untuk menjaga kualitas penilaian dari pelanggan dalam menggunakan produk? 2. Apakah keunggulan dan keistimewaan dari produk-produk KSJ Official?
				Obsesi terhadap kualitas	Apakah KSJ Official memiliki SOP terhadap karyawan dalam upaya menjaga kestabilan karyawan dalam bekerja?
				Pendekatan Ilmiah	Apakah KSJ Official memiliki mekanisme dalam pengambilan keputusan, pemecahan masalah yang berkaitan dengan pencapaian tujuan perusahaan?
				Komitmen Jangka Panjang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah KSJ Official memiliki visi dan misi perusahaan? Apa sajakah visi dan misi perusahaan

Rumusan Masalah	Konsep	Definisi Konseptual	Dimensi	Komponen	Daftar Pertanyaan
					<p>yang dimiliki KSJ Official?</p> <p>2. Apakah rencana yang dilakukan KSJ Official untuk memperluas dan mengembangkan perusahaannya?</p>
				Kerjasama Tim	<p>1. Apakah KSJ Official melaksanakan pelatihan dan pendidikan dalam melatih kerjasama tim antar karyawan?</p> <p>2. Bagaimanakah bentuk pelatihan yang dilakukan KSJ Official dalam melatih kerjasama tim antar pegawai?</p>
				Pelatihan dan Pendidikan	
				Perbaikan Sistem Secara Berkesinambungan	<p>Bagaimanakah perbaikan penerapan sistem yang selalu dilakukan KSJ Official dalam pemenuhan kepuasan pelanggan?</p>
				Kebebasan yang Terkendali	<p>1. Apakah KSJ Official selalu melakukan musyawarah dalam pengambilan suatu keputusan?</p> <p>2. Apakah KSJ Official membebaskan para karyawan untuk mengemukakan</p>

Rumusan Masalah	Konsep	Definisi Konseptual	Dimensi	Komponen	Daftar Pertanyaan
					pendapat saat musyawarah?
				Kesatuan Tujuan dalam Bekerja	Bagaimanakah upaya KSJ Official dalam mempersatukan tujuan kerja antar karyawan agar terciptanya kestabilan kualitas perusahaan?
				Adanya Keterlibatan dan Pemberdayaan Karyawan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah KSJ official memiliki jobdesc tiap karyawan? 2. Bagaimana KSJ Official menerapkan jobdesc setiap karyawan? 3. Bagaimana KSJ Official menetapkan hak-hak karyawan selama bekerja?

LAMPIRAN II

TRASNKRIP WAWANCARA

I. Fokus Pada Pelanggan

1. Apa saja upaya-upaya yang dilakukan oleh KSJ Official untuk menjaga kualitas penilaian dari pelanggan dalam menggunakan produk?

Krishna (Pemilik)

Yang kita lakukan itu pertama wawancara, metodenya ada online ada offline. Yang online kita lakukan secara rutin dari data pelanggan sebelumnya kita hubungi dari tenggat waktunya tertentu misalkan 3 bulan belakangan atau 2 minggu setelah pembelian kita hubungi.

Yang kedua setiap ada konsumen datang, kita selalu menyediakan waktu untuk mendengarkan permasalahan konsumen terhadap penggunaan produk cat KSJ. Jadi singkatnya menggunakan cara wawancara dan menggunakan kuisisioner tapi setaun dua kali aja.

Adrian (General Manager)

Untuk menjaga itu ada bagian QC (*quality control*) dari produk itu dibuat. Jadi dari bagian produksi itu ada kepala produksi yang selalu melakukan *quality control* dari bahan bahan sampai produk itu jadi. Yang di cek itu ada kualitas warna karena punya banyak warna catnya, dari pengemasan juga di control setelah itu dari pengiriman produk juga di control. Untuk menjaga kualitas itu kita mengutamakan QC di bagian produksi. Standardnya tidak boleh berbeda setiap produksi.

Lukosius (Kepala Tim Penjualan)

Kalau kita biasanya menyediakan jasa konsultasi, kita selalu memberikan edukasi ke konsumen kita kalau kita punya konsultasi jadi setiap mau beli, beli, maupun pengen beli lagi itu kita menyediakan jasa konsultasinya. Konsumen tidak akan salah beli produk dan kita kasih tutorial dan sebagainya itu kita lengkap. Kita selalu memberikan apa yang konsumen butuhkan.

Venda (Kepala Tim Kreatif)

Yang jelas improve secara berkala entah itu improve gambar atau informasi. Kan biasanya pelanggan itu banyak yang tanya tentang informasi produk terutama pemakaian, nah gimana sebagai tim konten itu yang mengikuti keinginan pelanggan. Kalau mereka mau konten tutorial, kita bikin tutorial. Secara berkala kita improve gambar juga supaya semakin mudah dalam menyampaikan informasi ke pelanggan.

Arif (Kepala Tim Produksi)

Kalo dari pihak produksi dulu kayak misal ada complain nanti kita perbaiki, atau nanti kita develop terus dengan cara QC. Dapat informasinya itu dari penjualan setelah dapat informasinya langsung ke improvement produk. Biasanya *develop* produk dan masukan dari penjualan itu imbang kuantitasnya.

2. Apakah keunggulan dan keistimewaan dari produk-produk KSJ Official?

Krishna (Pemilik)

Keistimewaan, jadi kita mengadaptasi teknologi impor yang belum banyak di Indonesia dan menggunakan bahan bahan serta tenaga kerja local sehingga harga dapat bersaing.

Adrian (General manager)

Dari keistimewaan dulu kali ya, produk kita itu restorative. jadi produk KSJ itu istimewanya, membuat barang lama jadi baru lagi kaya misal kita kan di bagian sneakers, tas, jaket, gitu gitu kan. Banyak orang yang punya barang udah nggak kepake lagi karena mungkin warnanya yang udah pudar. Jadi produk kita itu bisa mengembalikan warna yang udah pudar itu menjadi baru lagi. Mereka ga harus beli barang baru, mereka bisa memanfaatkan barang lama untuk dijadikan baru lagi. Trus untuk keunggulannya dari kualitasnya itu gaboleh luntur catnya, trus juga kalau di bahan kulit tidak boleh *crack* juga. Jadi keunggulannya harus kita jaga. Dalam memuaskan pelanggan, kualitasnya terus dipantau.

Lukosius (Kepala Tim Penjualan)

Kalau keunggulan diluar produk ya, kalau produk pasti punya kualitas sendiri di mata konsumen. Kalau untuk keistimewaan kita paling istimewanya di pelayanan sih mas jadi produk kita itu mudah di gunakan, gaperlu ribet sehingga orang jadi mudah untuk mengaplikasikan produknya

Venda (Kepala Tim Kreatif)

Tim konten itu menunjukkan kemudahan dan hasil akhir yang maksimal sih untuk produk KSJ itu. Soalnya pelanggan lebih tertarik pada hal hal yang mudah jadi gimana caranya kita sebagai tim konten itu menonjolkan kemudahan dalam pengaplikasian produk dari KSJ Official itu sendiri.

Arif (Kepala Tim Produksi)

Salah satunya warnanya banyak, trus tidak mudah luntur.

II. Obsesi Terhadap Kualitas

1. Apakah KSJ Official memiliki SOP terhadap karyawan dalam upaya menjaga kestabilan karyawan dalam bekerja?

Krishna (Pemilik)

Iya memiliki SOP, ada 3 bagian, yaitu produksi punya SOP persiapan hingga proses pengemasan, masuk pengiriman dan penggudangan juga. Ada SOP untuk pelayanan konsumen di Sales dan Costumer Service. Ada juga SOP untuk Tim Marketing dan Promosi.

Adrian (General Manager)

Ada SOP karena semua perusahaan pasti ada SOP ya. Terutama KSJ ada SOP dari setiap divisinya, ada divisi Produksi, Admin, Finance, dan juga Marketing. Jadi di setiap divisi dan tim selalu ada SOP-nya. Karena kalau tidak ada SOP, kita jadi tidak punya standar. Sebagai General Manajer ada SOP sendiri.

Lukosius (Kepala Tim Penjualan)

Untuk SOP sudah jelas pasti ada ya di penjualan, terutama di penjualan karena kita berhadapan langsung dengan konsumen, SOP sangat penting. Mulai dari cara menangani konsumen, Ketika konsumen datang kita harus ada 3S ya senyum, sapa, salam itu wajib ada, trus kita juga memberikan solusi ke konsumen bukan masalah. Jadi semisal konsumen rewel, kita tetap menangani dengan setulus hati, seperti mutunya perusahaan gede lainnya.

Venda (Kepala Tim Kreatif)

Sebagai tim konten sih ada mas, biasanya yang turun tiap bulan itu agenda promosinya, dari agenda promosi nanti tim konten bikin editorial plannya dan juga pengaplikasian pengambilan kontennya.

Arif (Kepala Tim Produksi)

Ada SOP nya kalau dari karyawannya dulu kalau pas produksi harus pakai masker terus pakai topi biar rambutnya kalo jatuh itu nggak jatuh di catnya, terus pakai pakaian yang khusus untuk produksi. Sehingga nanti nggak kena baju. Kalau dari segi produknya sop kerapian mulai dari stiker, label, lalu *packaging*. Ada persiapan dan juga pengecekan.

III. Pendekatan Ilmiah

1. Apakah KSJ Official memiliki mekanisme dalam pengambilan keputusan, pemecahan masalah yang berkaitan dengan pencapaian tujuan perusahaan?

Krishna (Pemilik)

Kalau ada pengambilan keputusan dalam pemecahan masalah biasanya sih tim tim yang berkaitan dengan masalah tersebut memberikan opsi. Tentu melakukan meeting, dalam *meeting* itu tim yang berkaitan itu memaparkan kendala yang terjadi di lapangan kemudian mereka opsi terhadap manajer dan nanti pihak manajer yang mengambil keputusan. Jika dalam opsi tersebut tidak ada yang pas bagi manajer maka tim tersebut mencari opsi baru dalam rapat.

Adrian (General manager)

Kalau dari pengambilan keputusan, kita slelau melihat dari setiap divisi, dari setiap divisi itu kan ada PIC nya. Biasanya penanggung jawabnya kita kasih kewenangan untuk mengambil keputusan tapi dalam artian sesuai standar yang kita tentukan. Pengambilan keputusan akhir itu ada di manajer umum, tetapi setiap divisi berhak untuk membuat keputusan dan nanti ujungnya akan di setujui oleh manajer umum.

Lukosius (Kepala Tim Penjualan)

Secara teknis pasti ada ya ketika ada masalah. Ketika ada strategi yang mau digunakan ataupun keputusan yang mau diambil kita harus punya dasar dulu ya. Pertama kita harus riset dulu, setelah riset harus nanti demokrasi dengan tim, menentukan yang mana yang baik. Selalu ada musyawarah. Tim penjualan juga ada meeting sendiri sebelum dilaporkan ke manajer atasnya.

Venda (Kepala Tim Kreatif)

Untuk pengambilan keputusan sama pemecahan masalah itu biasanya kita melakukan beberapa kali mas. Ada *meeting* mingguan trus ada meeting bulanan juga. Sama ada beberapa kali melakukan brainstorming satu tim juga.

IV. Komitmen Jangka Panjang

1. Apakah KSJ Official memiliki visi dan misi perusahaan? Apa sajakah visi dan misi perusahaan yang dimiliki KSJ Official?

Krishna (Pemilik)

Menciptakan produk local dengan kualitas terbaik khususnya pada pewarnaan dan dapat bersaing dengan produk produk internasional. Misinya menciptakan produk dengan standar mutu yang tinggi, mensejahterakan karyawan. Satu produk satu karyawan.

Adrian (General Manager)

Jadi visinya itu menjadi perusahaan cat restorative yang mampu menahan laju konsumerisme di Indonesia. Seperti yang aku jelasin, orang gaperlu beli produk baru. Jadi produk lama pun bisa di renovasi ulang, dibikin jadi baru. Misinya kita menyediakan produk restorative yang mudah digunakan semua orang. Soalnya banyak produk yang dijual tapi cara penggunaannya agak ribet, kita sebisa mungkin buat produk yang orang awam aja itu bisa langsung aplikasiin.

Lukosius (Kepala Tim Penjualan)

Kalau untuk visi misi sendiri kita udah ada kalau untuk sekarang visi misi kita udah upgrade ya mas untuk visinya sendiri itu menjadi perusahaan cat yang mampu menahan konsumerisme di Indonesia. Misinya menyediakan produk produk restorative yang mudah digunakan semua orang, menciptakan berbagai produk kualitas dunia.

Venda (Kepala Tim Kreatif)

Untuk visi dan misi jelas punya mas, visinya itu menjadi perusahaan cat restorative yang mampu menahan laju konsumerisme fashion di Indonesia nah misinya sendiri itu menyediakan produk restorative yang mudah digunakan dan menciptakan produk kualitas dunia terutama di bagian cat dan di bagian repair dari sepatu dan aksesoris. Ada beberapa perubahan visi dan misi mas, sebelumnya itu sudah

tercapai, yaitu *the first leatherpaint in Indonesia* dan juga *everyone can be an artist* menurut perusahaan sendiri sudah tercapai sehingga sekarang perusahaan menentukan visi dan misi baru untuk kedepannya yaitu menjadi perusahaan cat *restorative* yang mampu menahan laju konsumerisme fashion di Indonesia

Arif (Kepala Tim Produksi)

Visinya itu ingin menjadi perusahaan yang *restorative* yang mampu menahan laju konsumerisme di Indonesia, kalo misinya itu menyediakan produk *restorative* yang mudah digunakan semua orang dan menciptakan produk kualitas dunia. Dulunya kan visi misinya sudah terlampaui dan ingin lebih besar lagi menjadi produk yang *restorative* untuk semua orang.

2. Apakah rencana yang dilakukan KSJ Official untuk memperluas dan mengembangkan perusahaannya?

Krishna (Pemilik)

Tentunya melakukan pembelajaran terus menerus terhadap produk dan pemasaran pelayanan konsumen sehingga kita siap Ketika permintaan sudah banyak dan bahan maupun sumberdaya siap untuk memecahkan masalah konsumen.

Adrian (General Manager)

Mau bersaing di tingkat global, jadi mau membuat produk yang memiliki kualitas nggak Cuma di Indonesia tapi bisa ke internasional juga skalanya.

Lukosius (Kepala Tim Penjualan)

Kenapa kita merubah visi misi itu karena mimpinya terlalu kecil jika menjadi first leatherpaint di Indonesia sekarang mau lebih besar lagi dan lebih bermanfaat lagi terutama bisa menahan laju konsumerisme di Indonesia. Yang kemarin sudah tercapai tapi kita harus lebih besar lagi.

Venda (Kepala Tim Kreatif)

Kalo dari tim konten sendiri itu yang kita lakukan itu salah satunya pembuatan proposal produk, atau juga pengambilan gambar untuk campaign produk atau tutorial produk. Memaksimalkan sebagai senjata temen temen marketing.

Arif (kepala tim produksi)

Rencananya kita QC nya lebih di nomro satukan lagi agar produknya terjaga, lalu develop produk produk baru entah itu tiap bulan atau tiap tahun ada produk baru.

V. Kerjasama Tim & Pelatihan dan Pendidikan

1. Apakah KSJ Official melaksanakan pelatihan dan pendidikan dalam melatih kerjasama tim antar karyawan?
2. Bagaimanakah bentuk pelatihan yang dilakukan KSJ Official dalam melatih kerjasama tim antar pegawai?

Krishna (Pemilik)

Selama ini ada pelatihan Kerjasama, yang pertama dari internal jadi tim selalu mengadakan brainstorming terhadap ilmu yang ada di sana, selain untuk menambah wawasan juga memperkuat Kerjasama tim.

Dan yang kedua mengikuti training dari luar terhadap insight baru maupun dari segi teknis ataupun tentang Kerjasama

Adrian (General Manager)

Kalau lebih ke training ya, kita ada training tapi untuk saat ini memang belum rutin trainingnya. Cuma di setiap divisi itu sebelum memulai sesuatu pasti ada trainingnya, karena kita kan mau satu visi dan misi, satu tujuan. Agar kita satu pemahaman itu selalu ada training dari setiap divisi divisinya.

Untuk bentuk trainingnya ada yang dari online kayak skill academy, ada juga yang via offline. Kita mendatangkan ahlinya di bidang itu kayak di bidang marketing trus juga di bidang penjualan. Selain dari skill academy kita juga dari youtube, setiap ilmu yang di dapet pasti selalu di share ke tim

Lukosius (Kepala Tim Penjualan)

Selalu ada pelatihan ya, kalau untuk pelatihan eksternal yang dibimbing orang lain itu sekitar 3 bulan sekali

Kalau untuk internal biasanya latihan masing masing sih dan antar tim kita Latihan bagaimana cara sales, bagaimana cara menangani konsumen kalau misalnya rewel itu selalu kita Latihan. Internalnya selain diskusi sama tim, bisa seperti versus versus semacam sparing ilmu sales

Venda (Kepala Tim Kreatif)

Kalau untuk pelatihan sendiri jelas ada mas tapi perbedaanya untuk pertanyaan tadi pelatihannya itu dari internal tim jadi apa yang dibutuhkan atau skill apa yang perlu di upgrade internal tim itu biasanya difasilitasi oleh perusahaan untuk melakukan pelatihan

Kalau untuk melatih kerjasama antar karyawan itu pengetahuan produk. Nah kenapa kok ada pengetahuan produk, soalnya ktia sebagai tim konten seenggaknya memahami secara dasar cara pengaplikasian dan juga bahan dasar produk supaya Ketika pembuatan konten itu kita nggak miss persepsi atau tidak ada kesalahan informasi yang disampaikan kepada pelanggan.

Arif (Kepala Tim Produksi)

Ada internal dan eksternal, kalo internal itu ya sharing sharing ada ide apa gitu atau mungkin ada sesuatu yang bisa dikembangkan lagi. Kalau dari eksternal itu mungkin dari pihak manajer nyari dari luar buat pelatihan. Bentuk pelatihannya dalam internal sharing, yang eksternal dapat informasi dari pak lukosius.

VI. Perbaikan Sistem Secara Berkesinambungan

1. Bagaimanakah perbaikan penerapan sistem yang selalu dilakukan KSI Official dalam pemenuhan kepuasan pelanggan?

Krishna (Pemilik)

Kita selalu rutin melakukan evaluasi di tiap bagian, missal di bagian produksi punya form sendiri untuk penanganan konsumen sehingga kalau ada masalah itu kita prosedurnya h-2 sudah terselesaikan. Diluar dari produk ada evaluasi 2 minggu sekali

Adrian (General Manager)

Selalu ada evaluasi sih kalau perbaikan sistem, jadi di setiap minggu itu di setiap tim melakukan evaluasi setiap 1 minggu sekali, 1 bulan sekali, dan 3 bulan sekali. Evaluasi itu dijadikan bahan untuk apa yang mau kita lakukan kedepannya. Apakah mau dibuat sistem baru atau sistem yang udah bagus dijalankan terus. Jadi selalu ada evaluasi mingguan bulanan dan 3 bulanan.

Lukosius (Kepala Tim Penjualan)

Kalau untuk sistem, kita sistem baku ya mas, baku tapi update terus. Kalau sistem kita di KSJ official itu intinya sih selalu memuaskan konsumen dan memberikan solusi ke konsumen, jadi Ketika konsumen pusing memikirkan produk apa yang bisa diambil kita minta fotonya kemudian dikasih solusinya itu sistemnya ada kita. Jadi misal ada konsumen yang ngasih saran kita teruskan ke konten, konten yang buat nanti kalau udah jadi kita langsung share ke pelanggan langsung.

Venda (Kepala Tim Kreatif)

Kalau dari kita tim konten itu biasanya nampung pertanyaan dari konsumen dulu. Apa yang ingin diketahui sama konsumen, kita sebagai tim konten memfasilitasi informasi yang memang ingin diketahui oleh para pelanggan. Itu sih biasanya yang dilakukan. Karena pelanggan itu rajanya kita ngikutin pelanggan.

Arif (Kepala Tim Produksi)

Kalau sistem sendiri itu tidak ada perbaikan, Cuma nanti kalo ada info dari luar atau dari mas lukosius, nanti di breakdown untuk mencapai

kepuasan pelanggan. Atau nanti ada produk baru yang perlu penerapan sistem baru baru kita rubah sistemnya

VII. Kebebasan yang Terkendali

1. Apakah KSJ Official selalu melakukan musyawarah dalam pengambilan suatu keputusan?
2. Apakah KSJ Official membebaskan para karyawan untuk mengemukakan pendapat saat musyawarah?

Krishna (Pemilik)

Iya jadi setiap ada masalah atau masukan itu dari karyawan dibebaskan untuk mengeluarkan pendapat, termasuk dalam tadi yang memecahkan solusi jadi diharapkan tim tim yang berhubungan langsung dilapangan itu dapat menganalisa opsi opsi yang tersedia untuk mengatasi permasalahan, sehingga akan lebih tepat dalam mengatasi masalah konsumen disbanding dengan pengambil kebijakan yang tidak langsung turun dari lapangan

Adrian (General Manager)

Iya jelas, kita gapernah menutup ide buat temen temen yang mau mengutarakan pendapat. Jadi dari evaluasi kan ada hasilnya tuh, kendala di lapangan seperti apa terus solusi yang bisa diperbaiki apa atau yang bisa dikasih apa. Misalkan dari PIC kan belum tentu tau lapangan seperti apa jadi dari tim produksi atau tim sales itu selalu ngasih ide. Jadi nggak nutup ide buat temen temen.

Lukosius (Kepala Tim Penjualan)

Bener, untuk pengambilan keputusan kita ada 2 versi ya. Kadang kita ada musyawarah kadang ada saatnya manajer penjualan menetapkan sendiri keputusannya. Karena gabisa umum ya, gabisa di musyawarahkan semua dan juga gabisa harus diambil keputusan semua. Jadi fleksibel tergantung masalah yang diambil.

Kita selalu membebaskan pendapat karena mereka yang tau konteksnya.

Venda (Kepala Tim Kreatif)

Jelas mas terutama kalau di meeting mingguan, itu kita membahas tentang kritikan atau mungkin opini opini yang terbangun, setelah dikumpulkan semuanya terutama kalau ada pertanyaan dari pelanggan juga kita kumpulkan semua baru nanti kita lakukan pembahasan dengan pihak manajemen.

Jelas bebas mas makanya ada meeting bulanan itu, jadi tim konten mengusulkan ide ide nanti keputusan akhir ada di manajemen umum atau pemilik perusahaan.

Arif (Kepala Tim Produksi)

Kalau musyawarah itu selalu ada misal kita melakukan seminggu sekali, atau sebulan sekali lalu kita merangkum ide idenya itu lalu kita menjelaskan ke general manager lalu general manager memutuskan hal tersebut.

3. Kalau untuk dikendalikannya berarti tadi di sampaikan manajer lalu manajer menginkubasi solusi dan keluar keputusan yang baru? (saya menambahkan sedikit pertanyaan sendiri)

Iya jadi semua kebijakan opsinya disediakan oleh karyawan itu sendiri

VIII. Kesatuan Tujuan dalam Bekerja

1. Bagaimanakah upaya KSJ Official dalam mempersatukan tujuan kerja antar karyawan agar terciptanya kestabilan kualitas perusahaan?

Krishna (Pemilik)

Yang dilakukan KSJ untuk menyatukan tujuannya, kita memberikan pemahaman kepada seluruh karyawan terhadap tujuan dan visi kita untuk bergabung jadi satu di bisnis KSJ Official dan setelah masing masing memahami tujuannya diharapkan tumbuh rasa memiliki terhadap perusahaan sehingga terjadi satu pemahaman, visi misi. Jadi masing masing tim dapat melakukan pekerjaannya bukan karena jobdesk tapi sudah menyadari kepentingan kita Bersama.

Adrian (General Manager)

Pertama menyiapkan visi misi dan peraturan perusahaan, jadi karyawan tau Batasan Batasan. Trus juga dari SOP dan juga jobdesknya di sosialisasikan agar jadi satu arah satu tujuan.

Lukosius (Kepala Tim Penjualan)

Ini hampir sama dengan jawaban yang tadi, kita mengutamakan musyawaran juga, jadi kalau misalnya ada masalah trus kita bicarakan sama sama trus kalau menjaga kestabilan kualitas perusahaan kita juga selalu upgrade ilmu untuk mendukung visi misi. Terutama di bagian penjualan kan cara sales berbeda beda, selalu ada hal yang baru jadi kita selalu upgrade.

Venda (Kepala Tim Kreatif)

Seperti yang tadi saya sempat bilang tu setiap tim yang ada di KSJ entah itu tim konten, marketing, atau produksi itu berkoordinasi dan mempelajari jobdesk satu sama lain biar tidak terjadi yang namanya merasa berat sebelah. Kalau misal tim marketing butuh stiker baru atau tim produksi membutuhkan stiker baru atau pengaplikasian produk, kita sebagai tim konten membantu sesuai dengan kapabilitas kita sebagai tim konten. Misal dengan design stiker, design bungkus produk dan pengambilan. Jadi saling berkontribusi dan saling bekerja sama. Bekerjasamanya mendukung visi misi Ketika tim lain butuh bantuan, tim konten bisa membantu sesuai dengan kapabilitas tim konten.

Arif (Kepala Tim Produksi)

Kita disosialisasikan visi misi yang baru, kita juga mendukung penuh visi misi tersebut agar sampai pada tujuan. Kalau dari produksi kita kualiti check kita genjot lagi trus ada target produksi, trus ada riset dan development produk. Setelah selesai di produksi kita juga membantu tim konten dalam membuat konten mereka trus membantu mas lukosius mengontrol produk yang diluar seperti saat ini di dagadu dan masih ada lagi yang sebentar lagi kita launching.

IX. Adanya Keterlibatan dan Pemberdayaan Karyawan

1. Apakah KSJ official memiliki jobdesc tiap karyawan?
2. Bagaimana KSJ Official menerapkan jobdesc setiap karyawan?
3. Bagaimana KSJ Official menetapkan hak-hak karyawan selama bekerja?

Krishna (pemilik)

Ada jobdesk masing masing, bagian dari system. Karena di KSJ usianya fresh graduate, maka kita menerapkan jobdesk dengan cara membagi sesi kaya di jaman kuliah, jadi selain ada jobdesk mingguan, kita breakdown lagi perhari agar karyawan tidak bingung dalam transisi kuliah ke bekerja. Jadi mereka dari jam 9 sampai jam 12 udah tau apa yang dikerjakan, trus kita bagi lagi dari jam 12 sampai jam 3, dari jam 3 sampai jam 5. Itu cara kita menerapkan jobdesk untuk temen temen yang baru fresh graduate biar tidak terlalu bingung kalau dikasih jobdesk langsung mingguan atau bulanan.

Trus menerapkan hak hak karyawan selama bekerja itu sesuai dengan ketentuan umum yang berlaku disamping itu melakukan kontrak kerja sebelum karyawan setuju bekerja dengan KSJ jadi sebisa mungkin menaati semua kontrak kerja yang disetujui kedua pihak tanpa ada paksaan manapun

Adrian (General Manager)

Jelas ada jobdesknya, sudah dibuat jobdesk dari perusahaan. Terus menerapkannya pakai sosialisasi kalau kita, jobdesk itu dibuat per tiap divisi terus di setiap divisi di sosialisasikan oleh general manager. Apa saja yang dilakukan harian lalu untuk mingguannya lalu untuk bulanannya. Tidak Cuma harian tapi ada jobdesk mingguan dan bulanan. Kalau jobdesk memang ada yang khusus dan tidak bisa diganti tapi kalau ada permintaan banyak dan harus dibuat jobdesk baru itu biasanya di diskusikan dulu, di meetingkan dulu lalu akan dibuatkan jobdesk yang baru. Ada jobdesk yang tidak bisa diubah ubah, ada jobdesk yang up-to-date.

Kalau dari harian, dari jam kerja sih sebenarnya sama, 8 jam kerja 1 jamnya istirahat. Kita tidak pernah kaku kayak gaboleh makan pas jam

kerja trus gaboleh rokok pas jam kerja, karena kita di dunia yang anak nak muda semua kita juga mengikuti trend anak muda kalau mau kerja sambil santai, kerja sambil makan itu boleh boleh aja asalkan ga ada jobdesk yang terlewat di hari itu. Yang Namanya Hak ya tiap bulan ada gaji ya sesuai pemerintah sama ngikutin undang undang yang udah ada aja

Lukosius (Kepala Tim Penjualan)

Untuk jobdesk udah ada karyawan tiap orang sudah ada jobdesknya. Sudah bisa dilihat nanti di dashboard perusahaan kemudian untuk penerapannya dari jobdesk kita breakdown lagi ke jadwal pelaksanaan, jadi dalam seminggu sebulan itu udah ada.

Menetapkan hak hak selama bekerja ada insentif, ada jam kerja sesuai aturan pemerintah. Kalau insentif salesnya dapat Ketika memenuhi target yang sudah ditentukan perusahaan, udah ada kontraknya.

Venda (Kepala Tim Kreatif)

Jobdesk tentu ada, terutama tim konten ya. Satu orang dan yang lain punya jobdesk masing masing. Untuk menerapkannya sendiri seperti yang tadi saya bilang itu kita mengumpulkan informasi dari pelanggan dulu, apa yang pelanggan inginkan atau tanyakan dari situ kita olah datanya dari pengolahan data itu kita bisa membuat konten yang sesuai diinginkan pelanggan. Misal dulu kebutuhan video tutorial itu belum banyak, tapi karena akhir akhir ini banyak diminta video pengapliaksian kita juga menjawab pertanyaan dari pelanggan dengan video tutorial. Jobdesknya ada tambahan dari keadaan lapangan.

Kalau menetapkan hak karyawan itu udah tertera di hitam diatas putih, jadi tidak merasa dilupakan dan sudah ditulis jelas.

Arif (Kepala Tim Produksi)

Jobdesk tentu ada, kita juga udah miliki *jobdesk* masing masing. Terus untuk point yang kedua misal *jobdesk* produksi, cat, kita udah ada. Misal kita mau bikin produk diluar cat ada yang handle. Menerapkan *jobdesk* sesuai produksi.

Menetapkan hak udah ada hitam diatas putih, udah ada dari pemerintah.



LAMPIRAN III
STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR

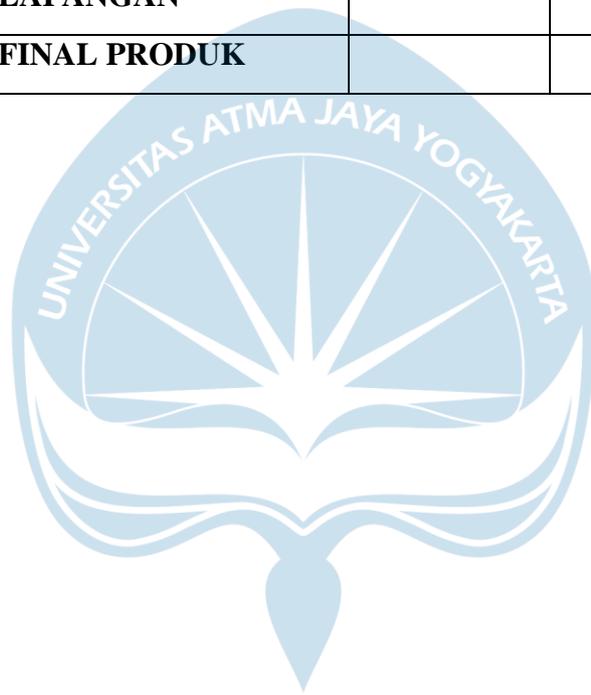
I. STANDART OPERASIONAL PROSEDUR PENJUALAN

SOP ini dibuat untuk bisa menciptakan produk baru sesuai standar yang sudah ditetapkan perusahaan dan berdasarkan permintaan dari konsumen KSJ. Prosedur ini sangat penting agar produk yang di hasilkan mampu menjawab kebutuhan konsumen dan bisa membuat konsumen selalu puas dengan produk KSJ.

Untuk menghasilkan produk terbaik sesuai standar KSJ serta menjawab kebutuhan konsumen maka dalam proses pengembangan produk harus dilakukan sesuai dengan tahapan berikut:

No.	URAIAN PROSEDUR	Pelaksana	Kelengkapan	Waktu
1	<p>PENGUMPULAN INFORMASI:</p> <p>Tahap:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Mengumpulkan informasi terkait produk yang banyak dibutuhkan konsumen. b. Mencari kompetitor produk tersebut. c. Segment bisnis atau konsumen yang menggunakan produk d. Manfaat produk e. Informasi lain yang berkaitan dengan produk terbaru. 	Admin, sales, dan tim marketing		
2	<p>PERENCANAAN:</p> <p>Proses:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Mencari bahan untuk membuat produk, kemasan produk. 			

No.	URAIAN PROSEDUR	Pelaksana	Kelengkapan	Waktu
	b. Perancangan bahan yang akan digunakan untuk pembuatan produk.			
3	Uji Coba tahap I			
4	REVISI PRODUK			
5	UJI COBA LAPANGAN			
6	FINAL PRODUK			



II. STANDART OPERASIONAL PRODUKSI KONTEN

SOP ini dibuat untuk memastikan foto, *video*, dan gambar digital lainnya yang dihasilkan oleh divisi *Content Creator* sesuai dengan *editorial plan* dan standar baku yang ditentukan.

Proses produksi *content*: untuk memastikan kualitas seluruh foto, *video*, dan gambar digital lainnya sesuai standar mutu maka harus dilakukan sesuai dengan tahapan berikut:

No	URAIAN PROSEDUR	Pelaksana	Kelengkapan	Waktu
1	Pengecekan <i>editorial plan</i> & <i>editorial plan</i>	Manager (Nada)	Lembar approval	60 menit
2	Pembuatan <i>design</i> visual dan <i>copy writting</i>	<i>Content creator</i>	Software editing	-
3	Pengambilan Foto mengacu pada <i>brief editorial plan</i> dan disesuaikan dengan referensi	<i>Content creator</i>	Backdrop; lighting; meja; kamera	-
4	Pengambilan Video mengacu pada <i>brief editorial plan</i> dan disesuaikan dengan referensi	<i>Content creator</i>	Brief naskah; Backdrop; lighting; meja; kamera	-
5	Pengecekan hasil <i>content & approval</i>	Manager (Nada)	Lembar approval	60 menit
6	input konten yang sudah di approve pada <i>server</i> ; <i>folder</i> penyimpanan disesuaikan dengan konten yang dibuat	<i>Content creator</i>	<i>Server</i>	30 menit
7	Pengecekan seluruh konten sudah input pada <i>server</i>	<i>SPV Content creator</i>	<i>Server</i>	30 menit

III. STANDART OPERASIONAL PROSEDUR PRODUKSI CAT

SOP ini dibuat untuk memastikan cat dan produk lainnya yang dihasilkan oleh divisi produksi sesuai dengan standar perusahaan.

Proses Produksi dilakukan untuk memastikan mutu dan kualitas CAT KSJ PAINT, pembuatan cat, dan bahan kimia lainnya harus dilakukan sesuai dengan tahapan berikut:

No	URAIAN PROSEDUR	Pelaksana	Kelengkapan	Waktu
1	Membuat <i>list</i> jumlah barang yang diproduksi sesuai dengan <i>safety stock</i>	Kepala Bagian Produksi	Lembar rencana produksi	30 menit
2	Penimbangan bahan baku Pigmen; pengencer; pengikat (binder) sebelum proses	Produksi	<i>Raw material</i>	30 menit
3	Air dimasak 20-30 menit hingga menguap; kemudian dimasukan <i>raw material</i> kedalam air tersebut aduk selama 15 menit (produk <i>leather paint</i> langsung	Produksi	Air Kompor Mixer	40 menit

No	URAIAN PROSEDUR	Pelaksana	Kelengkapan	Waktu
	pada tahap proses mixing)			
4	Pengecekan warna , kelengketan , dan uji kelunturan sesuai dengan standar	Kepala Produksi	Kanvas dan kulit Laporan	30 menit
5	Melakukan pengemasan setelah <i>approve</i> standar warna, lengket, dan luntur.	Produksi	<i>Sticker</i> ; <i>box</i> ; botol	90 menit
6	Melakukan inspeksi kemasan produk kerapian penempelan stiker dan <i>box</i> kemasan	Kepala produksi	5 <i>sample</i> produk secara <i>random</i>	15 menit
7	Membuat laporan produksi harian dan menginput pada <i>server</i> ; <i>hardcopy</i> di rapikan dalam 1 map	Produksi	Lembar laporan Komputer	15 menit

LAMPIRAN IV
SURAT PENELITIAN MAHASISWA



**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA**
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Nomor : 3150/Pen/I
Hal : Ijin Penelitian

Kepada:
Pimpinan KSJ Official
di Sidokerto, Purwomartani, Kec. Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55571

Dengan hormat,
Sehubungan dengan penulisan Skripsi yang berjudul "Analisis Penerapan Total Quality Management Pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020-2021 (Studi Kasus: KSJ Official)" yang dilakukan oleh mahasiswa kami dengan identitas:

Nama : Andreas Giri Agung Wicaksono
NPM : 160322681
Nomor Handphone : 088980070366
Alamat : Singodrepen 6/12, Madurejo, Prambanan, Sleman, DI Yogyakarta 55572

Kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan Ijin Penelitian kepada mahasiswa tersebut untuk mendapatkan data yang diperlukan:

- Penerapan Total Quality Management (TQM) pada UKM KSJ Official di masa pandemi Covid-19 tahun 2020-2021
- Arsip Total Quality Management yang sudah dijalankan UKM KSJ Official di masa pandemi Covid-19 tahun 2020-2021

Skripsi yang ditulis oleh mahasiswa ini merupakan karya ilmiah yang memiliki tujuan dan sifat keilmuan. Oleh karenanya tidak akan dipergunakan untuk hal-hal yang merugikan.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya, kami mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta 28 Juni 2022

Dekan,


Prs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D
FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Alamat
Kampus III Gedung Bonaventura
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

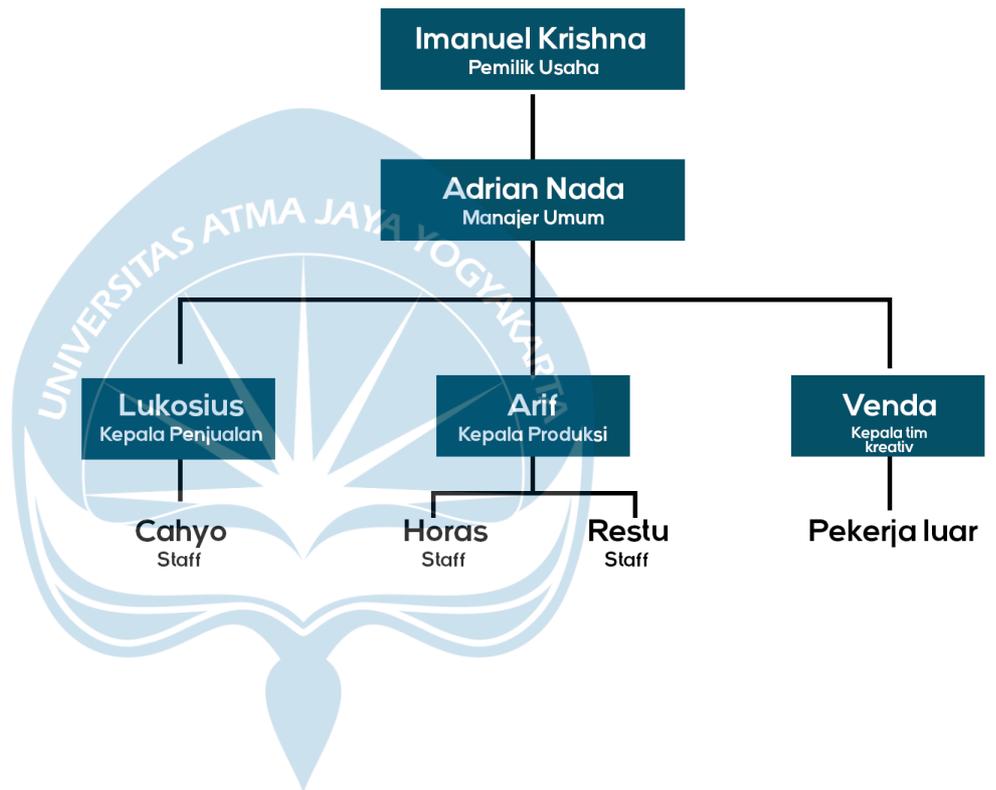
URL
<https://fbe.uajy.ac.id>

Kontak
Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127
Fax : +62-274-485227
Surel : fbe@uajy.ac.id



LAMPIRAN V
BAGAN PERUSAHAAN

KSJ Official



LAMPIRAN VI
LAPORAN PENDAPATAN 2020-2021

I. Laporan Pendapatan Tahun 2020

No	Media Transaksi	April	May	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1	Tokopedia	Rp14,352,000	Rp15,660,000	Rp23,445,400	Rp19,932,000	Rp14,652,000	Rp22,577,000	Rp25,073,000	Rp17,257,500	Rp24,787,000
2	Shopee	Rp0	Rp0	Rp2,189,000	Rp2,933,000	Rp5,655,000	Rp8,617,000	Rp10,400,500	Rp21,815,750	Rp20,849,000
3	Whatsapp	Rp9,870,000	Rp16,008,000	Rp23,892,500	Rp25,560,000	Rp23,328,400	Rp19,524,000	Rp14,634,500	Rp17,693,500	Rp16,364,900
4	Bukalapak	Rp0	Rp0	Rp80,000	Rp400,000	Rp585,000	Rp440,000	Rp425,000	Rp196,000	Rp470,000
5	Datang ke kantor	Rp0	Rp0	Rp0	Rp65,000	Rp345,000	Rp380,000	Rp3,882,400	Rp2,357,000	Rp1,891,000
6	Dropshipper	Rp0	Rp0	Rp195,000	Rp0	Rp352,250	Rp0	Rp922,000	Rp123,000	Rp734,000
7	Retur	Rp0								
10	Line	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp65,000	Rp805,000	Rp0	Rp0	Rp0
	Jumlah	Rp24,222,000	Rp31,668,000	Rp49,801,900	Rp48,890,000	Rp44,982,650	Rp52,343,000	Rp55,337,400	Rp59,442,750	Rp65,095,900

II. Laporan Pendapatan Tahun 2021

No	Media Transaksi	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1	Tokopedia	Rp 20,649,000.00	Rp 23,425,000.00	Rp 22,924,500.00	Rp 24,272,000.00	Rp 20,098,000.00	Rp 17,133,100.00	Rp 21,151,850.00	Rp 22,065,050.00	Rp 23,284,460.00	Rp 21,873,200.00	Rp 23,246,050.00	Rp 29,638,700.00
2	Shopee	Rp 21,482,000.00	Rp 23,584,000.00	Rp 23,234,000.00	Rp 26,004,000.00	Rp 32,238,000.00	Rp 28,761,490.00	Rp 27,253,690.00	Rp 23,637,910.00	Rp 21,031,450.00	Rp 27,336,600.00	Rp 30,306,400.00	Rp 41,434,250.00
3	Whatsapp	Rp 20,194,500.00	Rp 10,790,300.00	Rp 12,009,000.00	Rp 15,377,800.00	Rp 12,585,260.00	Rp 11,529,450.00	Rp 7,943,000.00	Rp 12,492,000.00	Rp 7,499,800.00	Rp 5,642,500.00	Rp 10,142,600.00	Rp 8,356,200.00
4	Bukalapak	Rp 356,000.00	Rp 270,000.00	Rp -	Rp 974,000.00	Rp 478,000.00	Rp 385,000.00	Rp 799,000.00	Rp -	Rp 110,000.00	Rp 130,000.00	Rp 188,000.00	Rp -
5	Datang ke kantor	Rp 3,093,000.00	Rp 3,470,000.00	Rp 2,270,000.00	Rp 2,192,050.00	Rp 2,735,750.00	Rp 3,217,750.00	Rp 1,840,000.00	Rp 2,948,000.00	Rp 2,490,600.00	Rp 2,138,000.00	Rp 3,322,850.00	Rp 3,515,200.00
6	Dropshipper	Rp 52,700.00	Rp -	Rp 123,250.00	Rp 46,700.00	Rp 187,000.00	Rp 182,650.00	Rp 233,150.00	Rp 306,000.00	Rp 191,000.00	Rp 748,000.00	Rp -	Rp 240,750.00
7	Line	Rp -	Rp 145,000.00	Rp -									
8	Sales (whatsapp)	Rp -	Rp 312,000.00	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -						
9	GO SHOP	Rp -	Rp 55,000.00	Rp -	Rp -	Rp -							
10	Titipan	Rp -	Rp 1,642,900.00	Rp 388,500.00	Rp 326,900.00	Rp -							
11	Peserta workshop	Rp -	Rp 1,801,000.00	Rp -	Rp -	Rp -							
12	Laporan penjualan konsinyasi	Rp -	Rp 581,250.00	Rp -									
12	Retur	Rp -	Rp 120,000.00	Rp 670,000.00	Rp 30,000.00	Rp -							
	Jumlah	Rp 65,827,200.00	Rp 61,659,300.00	Rp 61,230,750.00	Rp 68,896,550.00	Rp 68,322,010.00	Rp 61,354,440.00	Rp 59,220,690.00	Rp 61,760,960.00	Rp 58,106,210.00	Rp 58,256,800.00	Rp 68,114,050.00	Rp 83,185,100.00